

BEST AVAILABLE COPY

DERWENT-ACC-NO: 1996-022356

DERWENT-WEEK: 199603

COPYRIGHT 1999 DERWENT INFORMATION LTD

TITLE: Correspondence envelope designed to carry advertising material - has zones used for advertising on front and back of envelope and on additional detachable flap

INVENTOR: MEERSSEMAN, J

PRIORITY-DATA: 1994FR-0006356 (May 19, 1994)

PATENT-FAMILY:

PUB-NO	PUB-DATE	LANGUAGE	PAGES	MAIN-IPC
FR 2720180 A1	November 24, 1995	N/A	008	G09F 003/00

INT-CL (IPC): B65D027/00, G09F003/00

ABSTRACTED-PUB-NO: FR 2720180A

BASIC-ABSTRACT:

The front face of the envelope has one zone (1) designated for the address, a second (2) for stamps/franking, and a third (3) for advertising material. The flap (4) used for closing and sealing the envelope is extended by an additional area (3B) which can also be used for advertising and is joined to the flap by a perforated line so it can be detached.

The back of the envelope can also be used for publicity purposes.

ADVANTAGE - Increase in area usable for publicity without increase in postal charges.

PUB-NO: FR002720180A1

DOCUMENT-IDENTIFIER: FR 2720180 A1

TITLE: Correspondence envelope designed to carry advertising material

PUBN-DATE: November 24, 1995

INVENTOR-INFORMATION:

NAME	COUNTRY
------	---------

MEERSSEMAN, JACQUES	N/A
---------------------	-----

INT-CL (IPC): G09F003/00, B65D027/00

EUR-CL (EPC): B65D027/00 ; G09F003/02

ABSTRACT: The front face of the envelope has one zone (1) designated for the address, a second (2) for stamps/franking, and a third (3) for advertising material. The flap (4) used for closing and sealing the envelope is extended by an additional area (3B) which can also be used for advertising and is joined to the flap by a perforated line so it can be detached. The back of the envelope can also be used for publicity purposes.

(19) RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
INSTITUT NATIONAL
DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE
PARIS

(11) N° de publication : **2 720 180**
(à n'utiliser que pour les
commandes de reproduction)

(21) N° d'enregistrement national : **94 06356**

(51) Int Cl^e : G 09 F 3/00, B 65 D 27/00

BEST AVAILABLE COPY

(12) **DEMANDE DE BREVET D'INVENTION**

A1

(22) Date de dépôt : 19.05.94.

(30) Priorité :

(43) Date de la mise à disposition du public de la
demande : 24.11.95 Bulletin 95/47.

(56) Liste des documents cités dans le rapport de
recherche préliminaire : *Ce dernier n'a pas été
établi à la date de publication de la demande.*

(60) Références à d'autres documents nationaux
apparentés :

(71) Demandeur(s) : *MEERSSEMAN Jacques — FR.*

(72) Inventeur(s) : *MEERSSEMAN Jacques.*

(73) Titulaire(s) :

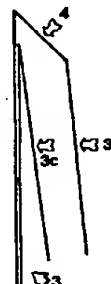
(74) Mandataire :

(54) Enveloppe publicitaire.

(57) La présente invention a pour objet une enveloppe à
correspondance.

L'enveloppe selon l'invention se distingue en ce que
comprenant une zone (1) dédiée à l'adressage et une zone
(2) dédiée à l'affranchissement, elle comprend également
une zone (3/ 3B/ 3C) dédiée au marquage publicitaire, et
une zone (4) à la fermeture.

Face Recto □
1-2-3



Face Verso □
□

FR 2 720 180 - A1



La présente invention a pour objet une enveloppe publicitaire.

L'enveloppe selon l'invention est une enveloppe à correspondance du type acheminé par les services postaux.

Il est connu d'apposer sur les enveloppes de ce type, généralement au moyen de machine à affranchir le logo ou l'emblème de l'entreprise expéditrice ou de faire imprimer ce logo préalablement.

Cette utilisation publicitaire est de faible efficacité car elle ne vise que les relations d'affaires déjà en contact avec l'entreprise.

En outre cette démarche ne génère en rien une diminution du coût de l'envoi.

L'objet de l'invention est d'utiliser les enveloppes à correspondance comme support publicitaire vers des prospects sans relation avec l'entreprise, ces prospects pouvant être à la fois les utilisateurs de l'enveloppe eux-même ainsi que les destinataires.

L'enveloppe à correspondance selon l'invention est du type dont la face avant comprend une zone dédiée à l'adressage et une zone dédiée à l'affranchissement et se caractérise essentiellement en ce qu'une troisième zone est dédiée au marquage publicitaire.

D'autres avantages et caractéristiques de l'invention apparaîtront à la lecture de la description ci-après d'une forme de réalisation de l'invention donnée à titre d'exemples non limitatifs et illustrés par des dessins joints qui représentent une enveloppe selon l'invention.

Telle que représentée l'enveloppe selon l'invention est une enveloppe de format standard (162 mm sur 114mm) sans fenêtre.

L'invention peut être adaptée à tout autre type d'enveloppe à correspondance avec ou sans fenêtre ainsi qu'au nouveau type d'enveloppe agréé par le poste à lecture optique.

L'enveloppe à correspondance selon l'invention comprend une zone (1) qui est dédiée à l'adressage.

Cette zone peut être constituée par une fenêtre permettant de lire l'adresse portée sur la correspondance.

Cette zone d'adressage (1) est au milieu ou en haut, dans le cas de grand format et à droite.

L'enveloppe à correspondance selon l'invention comprend également une zone (2) dédiée à l'affranchissement.

Cette zone est dans tous types d'enveloppes en haut et à droite.

L'enveloppe à correspondance selon l'invention comprend également une zone (4) dédiée à l'ouverture et la fermeture de l'enveloppe

Selon l'invention l'enveloppe comprend au moins une zone (3) dédiée au marquage publicitaire.

Cette zone (3) peut être à gauche de la face avant par rapport à la zone (1) d'adressage.

Elle peut être également sous cette zone d'adressage notamment dans le cas de grandes enveloppes.

Cette zone (3) frontale peut être complétée par un marquage publicitaire au dos de l'enveloppe.

Selon l'invention cette zone (3) peut être aggrandie à la fabrication, d'une ou deux surfaces équivalentes à la surface arrière de l'enveloppe.

La première zone (3B) est perforée sur toute sa longueur et peut être détachable de la zone (4) de l'enveloppe.

Cette zone (3B) est dédiée au marquage publicitaire sur la face recto ainsi que la face verso.

La deuxième zone (3C) est perforée sur toute sa longueur et peut être pliée vers l'intérieur ou l'extérieur de l'enveloppe et peut être détachable de la zone (3 verso) de l'enveloppe.

Cette zone (3C) est dédiée au marquage publicitaire sur la face recto ainsi que la face verso.

Selon l'invention, les surfaces (3B) et (3C) augmentent la surface utile de l'enveloppe (X 2,49) tout en respectant les normes et zones d'affranchissement de la poste.

Ces surfaces sont dédiées au marquage publicitaire et peuvent être adaptées à tout autre type d'enveloppe à correspondance avec ou sans fenêtre ainsi qu'au nouveau type d'enveloppe agréée par le poste à lecture optique.

Avantageusement, le marquage publicitaire conservera des entreprises différentes de l'entreprise expéditrice.

Ces enveloppes peuvent être proposées à titre gratuit aux entreprises ou aux utilisateurs, par exemple par mise à disposition dans les bureaux de poste ou tout autre circuit commercial.

Selon l'invention la zone (4) peut être modifiée à la fabrication, et être munie de deux fois trois encoches de 6mm à gauche et à droite de la patte collante de la fermeture de l'enveloppe.

Les entailles doivent avoir une coupe de 30 degrés vers l'intérieur de la zone (4)

Les encoches réalisées sur la zone (4) dégageront deux fois deux parcelles de 5mm x 3mm de la zone (4) à l'ouverture de l'enveloppe qui resteront collées sur la zone (3)
Par ce procédé le destinataire de l'enveloppe peut contrôler la validité de la fermeture et ouverture de l'enveloppe affranchie.

REVENDEICATIONS :

1. Enveloppe à correspondance dont la face avant comprend une zone (1) dédiée à l'adressage une zone (2) dédiée à l'affranchissement, une troisième zone (3) dédiée au marquage publicitaire, et une zone (4) dédiée à la fermeture, caractérisée en ce que la zone (4) est agrandie d'une surface équivalente (3B) à l'enveloppe moins la zone (4) munie d'une perforation sur toute sa longueur pouvant la rendre détachable.

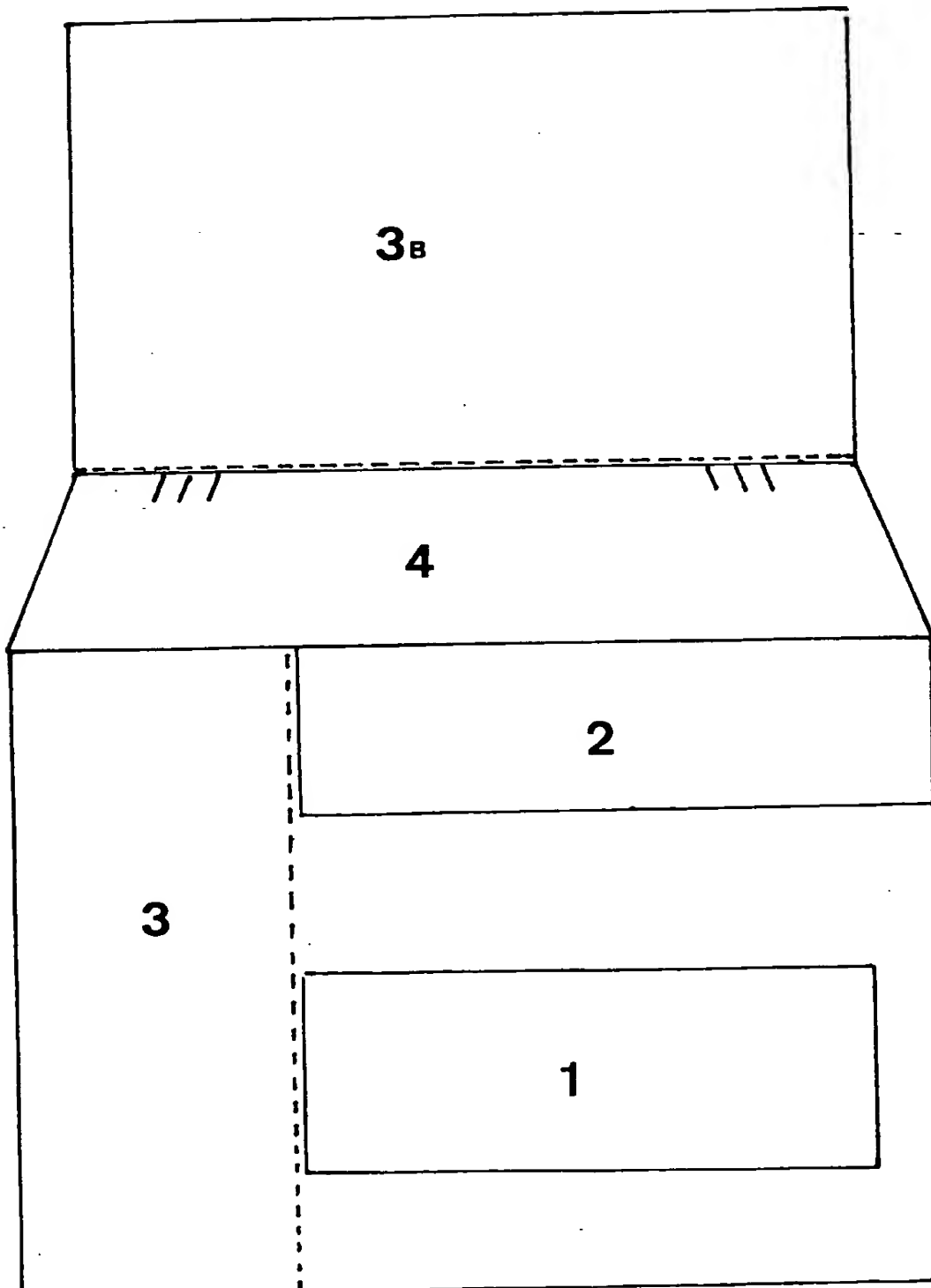
2. Enveloppe à correspondance selon la revendication 1. caractérisée en ce que la zone (3) dédiée au marquage publicitaire est à gauche de la zone (1) et ou de la zone (2) et peut être agrandie de la zone (3B) recto/verso

3. Enveloppe à correspondance selon les revendications 1 et 2 caractérisée en ce que la zone (3) est agrandie d'une surface équivalente (3C) munie d'une perforation sur toute sa longueur pouvant la rendre détachable.

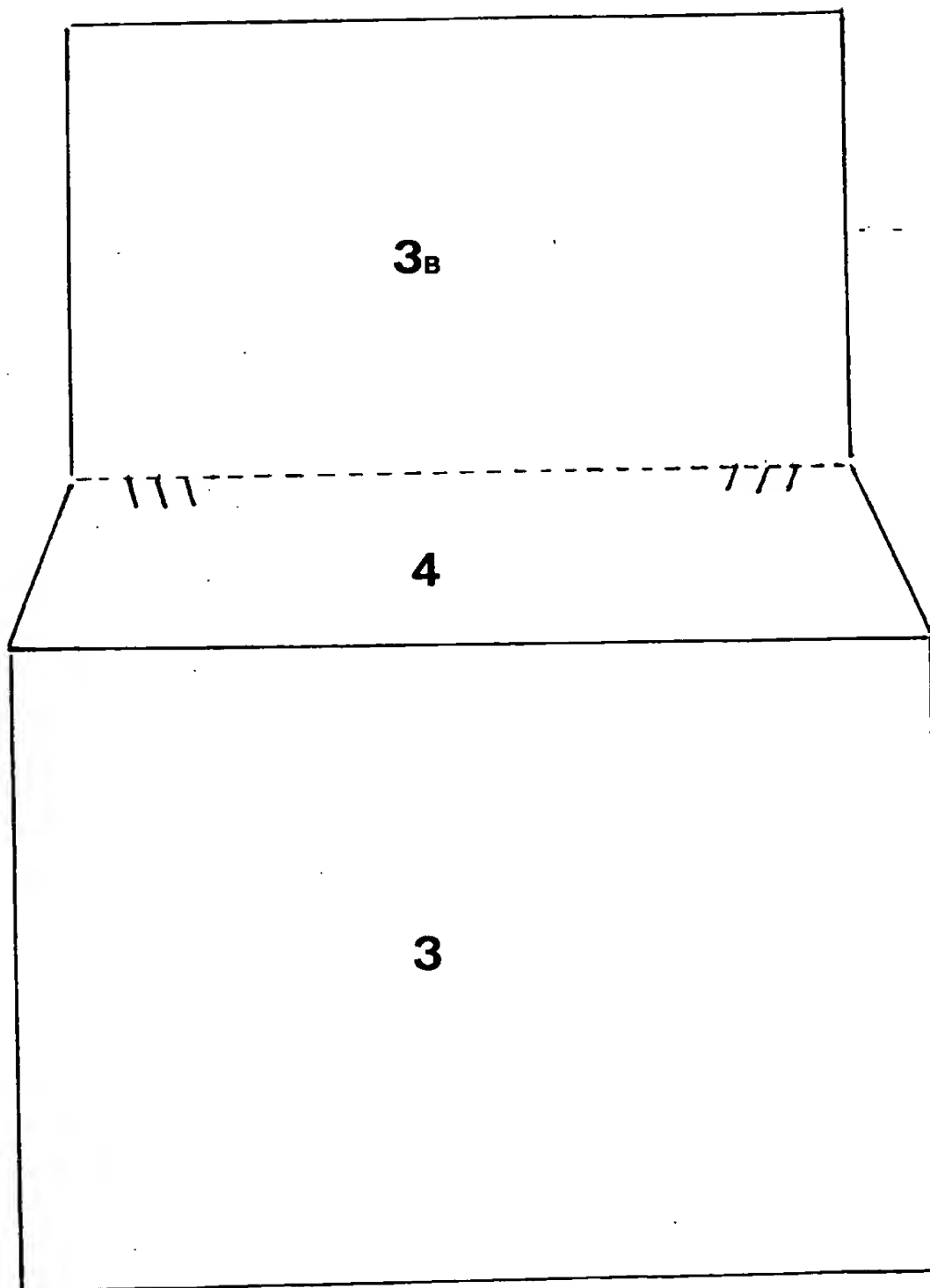
4. Enveloppe à correspondance selon les revendications 1 à 3 caractérisée en ce que l'une des zones (3) dédiée au marquage publicitaire est à gauche de la zone (1) et ou de la zone (2) et peut être agrandie de la zone (3B) et la zone (3C) recto/verso

5. Enveloppe à correspondance selon les revendications 1 à 4 caractérisée en ce que l'une des zones (4) peut être munie d'une fermeture à encoches dégageant 4 parcelles de fermeture de cette zone (4)

PLAN 1- FACE RECTO

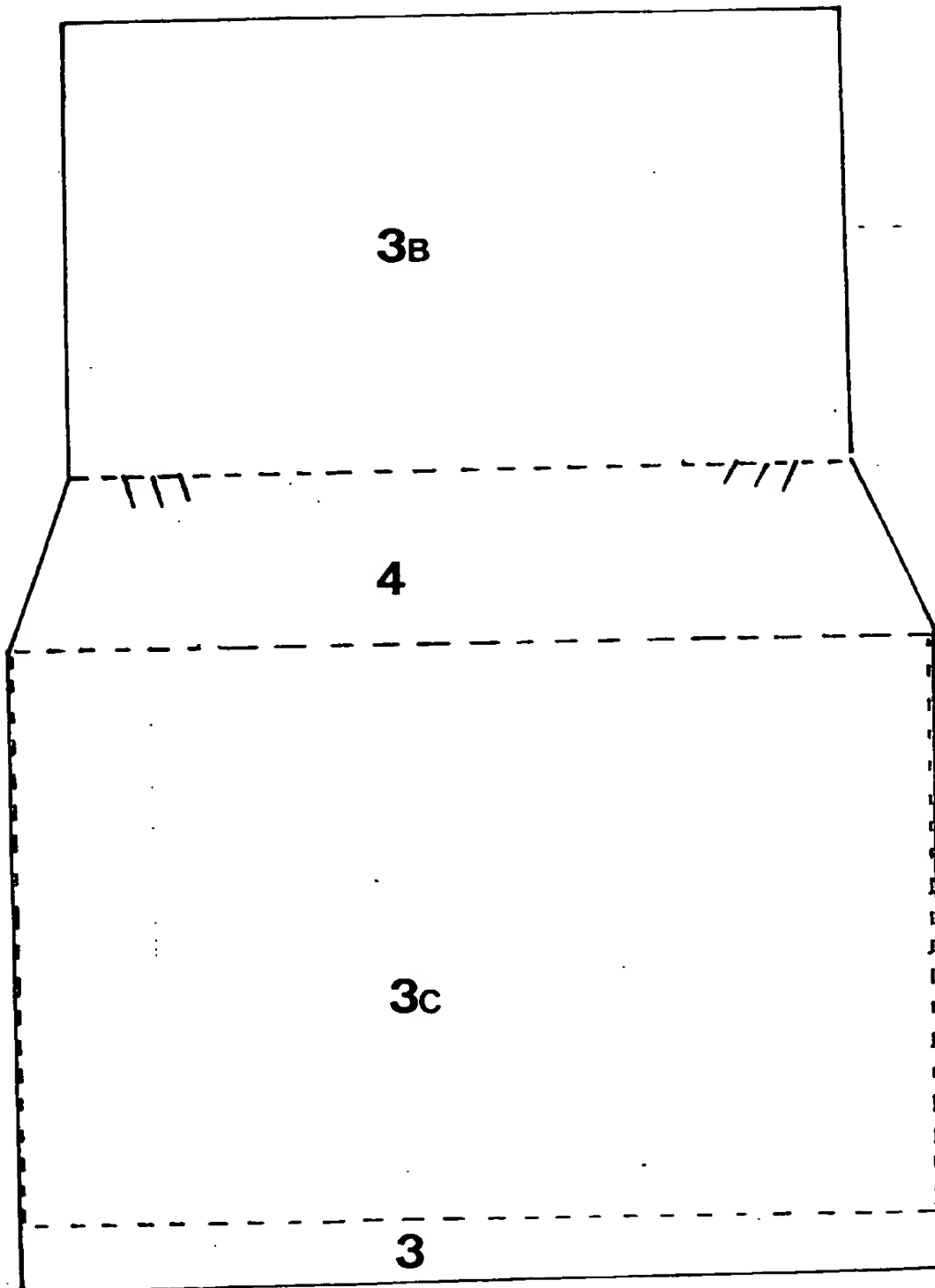


PLAN 2- FACE VERSO



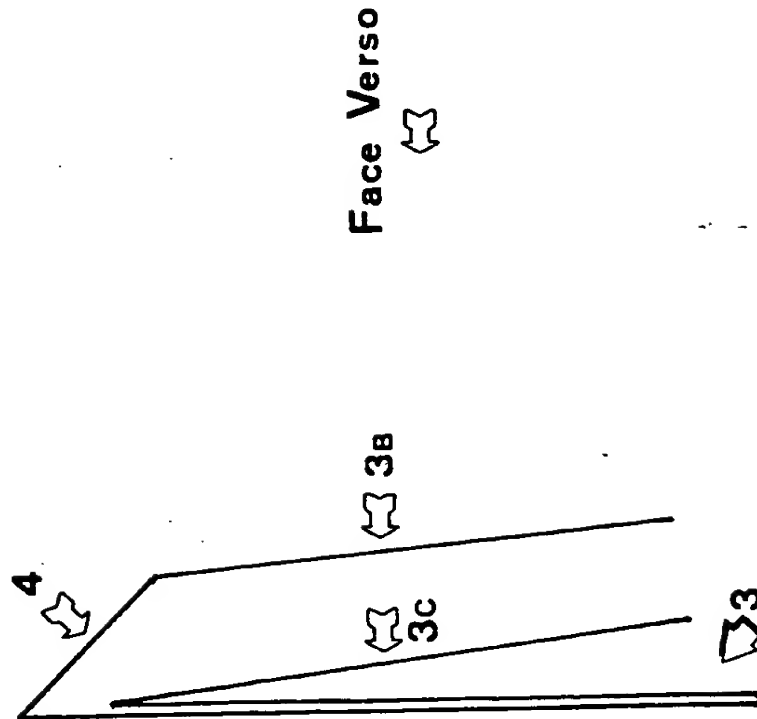
PLAN 3-

FACE VERSO



PLAN 4-

COUPE



Face Verso



Face Recto
1-2-3

**This Page is Inserted by IFW Indexing and Scanning
Operations and is not part of the Official Record**

BEST AVAILABLE IMAGES

Defective images within this document are accurate representations of the original documents submitted by the applicant.

Defects in the images include but are not limited to the items checked:

- ☐ **BLACK BORDERS**
- ☐ **IMAGE CUT OFF AT TOP, BOTTOM OR SIDES**
- ☐ **FADED TEXT OR DRAWING**
- ☒ **BLURRED OR ILLEGIBLE TEXT OR DRAWING**
- ☐ **SKEWED/SLANTED IMAGES**
- ☐ **COLOR OR BLACK AND WHITE PHOTOGRAPHS**
- ☐ **GRAY SCALE DOCUMENTS**
- ☐ **LINES OR MARKS ON ORIGINAL DOCUMENT**
- ☐ **REFERENCE(S) OR EXHIBIT(S) SUBMITTED ARE POOR QUALITY**
- ☐ **OTHER:** _____

IMAGES ARE BEST AVAILABLE COPY.

As rescanning these documents will not correct the image problems checked, please do not report these problems to the IFW Image Problem Mailbox.